

Discutindo o "processo de mediatização"

Fabiane Sgorla*

Resumo

A globalização, concomitantemente à maturação e à convergência tecnológica, tem redimensionado a atuação dos meios de comunicação e afetado intensamente as práticas e relações entre os atores sociais individuais e coletivos na contemporaneidade. É nesse contexto que se dá o "processo de mediatização", no qual as tecnologias, as técnicas, as lógicas, as estratégias e as linguagens das mídias passam a fazer parte das dinâmicas dos vários campos sociais. Com nessa perspectiva, propomos, neste artigo, refletir sobre os principais entendimentos relativos ao "processo de mediatização", suas incursões nas práticas e relações sociais, bem como suas afetações na sistemática dos meios de comunicação social tradicionais.

Palavras-chave: Mediatização. Sociedade mediatizada. Relações sociais. Meios de comunicação social tradicionais.

* Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria – (UFSM); Especialista em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria – (UFSM). Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria – (UFSM) e Jornalista. E-mail: fabisgorla@hotmail.com

Introdução

Os múltiplos entrecruzamentos entre mídia e sociedade têm produzido, hoje, transformações importantes no modo de presença dos atores sociais individuais e coletivos na contemporaneidade, nas práticas diárias, nas relações, na cultura e na identidade deles. Da mesma forma, os meios de comunicação social tradicionais, como televisão, rádio e imprensa, encontram-se em tempos de mutação, seja no âmbito da produção, seja no da edição ou da recepção.

Objetivamos, com este artigo, promover uma reflexão sobre as dinâmicas recorrentes da constituição do “processo de midiaticização”, suas implicações no cotidiano dos atores sociais individuais e coletivos, nos meios de comunicação social mais tradicionais, bem como na sociedade de hoje. Para tanto, utilizamos a metodologia da pesquisa bibliográfica. Conforme as pesquisadoras Marconi e Lakatos (2006), o aprofundamento bibliográfico é um procedimento sistemático, reflexivo e interpretativo, controlado e crítico, que permite ao investigador encontrar novos conteúdos situados em diferenciadas áreas.

As elucidações sobre a “midiaticização” se justificam pela necessidade iminente de desvendar as dinâmicas conseqüentes das incursões das tecnologias midiáticas, transformadas, agora, em mídias propriamente, nas práticas e nas relações sociais, nos processos midiáticos¹ e na sociedade contemporânea. Logo, esta proposta de estudo colabora com as descrições, caracterizações e análises da “midiaticização”, a qual se encontra em processualidade social, assim como as suas investigações científicas que, em muitos casos, ainda estão em fase inicial e se desenvolvem em distintas áreas do conhecimento, como comunicação social, sociologia, antropologia, educação, psicologia, administração, direito, economia, dentre outros.

Este artigo se encontra segmentado em três partes principais. Primeiramente, buscamos situar os principais entendimentos do “processo de midiaticização” e a conformação da “sociedade midiaticizada”, com base nos postulados propostos pelos pesquisadores Rodrigues (1997), Fausto Neto (2006, 2007), Verón (1997, 2001) e Sodré (2002). No segundo tópico apresentamos algumas das implicações dos “processos de midiaticização” nas práticas e relações entre os atores sociais individuais e coletivos. E no terceiro tópico abordamos algumas das mudanças provocadas pela “midiaticização” nos meios e comunicação social tradicionais. Por fim, nas considerações finais, retomamos, resumidamente, as principais questões apresentadas.

1 “Os processos midiáticos são entendidos como um conjunto de práticas comunicacionais pertencentes ao campo das mídias, que operam segundo diferentes linguagens, por meio de dispositivos como jornal, televisão, rádio, fotografia, publicidade, revista, produção editorial, produção editorial, produção eletrônica, comunicação organizacional, vídeo e outros emergentes.” (GOMES, 2004, p. 17)

Os “processos de mediação”

Necessidades determinadas pelas sociedades capitalistas, surgidas a partir da globalização e simultâneas a ela, alavancaram os processos de maturação e convergência de tecnologias de informação e comunicação. Como consequência disso, observamos a ampliação das possibilidades de interação, relação e comunicação nos diversos âmbitos sociais.

Nesse cenário, os meios de comunicação social tradicionais (componentes do campo midiático), por sua vez, tiveram um redimensionamento de sua atuação e passaram a fazer uso, de maneira intensa, dos mecanismos associados aos sistemas digitais, tais como a internet. Já os atores sociais individuais e coletivos (originários de campo sociais não midiáticos) passaram a utilizar as tecnologias midiáticas como mediadoras de suas práticas diárias e até das relações particulares, as quais agora estão coligadas à lógica midiática.

Esse contexto se tornou o palco do fenômeno social e tecnológico denominado pelos investigadores do assunto como “processo de mediação” (VERÓN, 1997, 2001; FAUSTO NETO, 2006, 2007; SODRÉ, 2002). De modo sucinto, a “mediação” é registrada como processo em que as tecnologias midiáticas, técnicas, lógicas, estratégias, linguagens, operações sociotécnicas e demais protocolos das mídias, até então exclusivos do campo das mídias, campo midiático ou campo dos *media* (RODRIGUES, 1997), imbricam-se no interior das dinâmicas de funcionamento do tecido social. Em outras palavras, a “mediação” pode ser entendida como múltiplos entrecruzamentos entre tecnologias midiáticas, campos e atores sociais, meios de comunicação social tradicionais e sociedade.

O sociólogo Sodré (2002, p. 21) conceitua a “mediação” como

[...] uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação entendida como processo informacional, a reboque de organizações empresariais e com ênfase num tipo particular de interação – a que poderíamos chamar de ‘tecnologia-interação’ –, caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada médium.²

Para o pesquisador, os “processos de mediação” se potencializam, principalmente, com a difusão das tecnologias digitais, ligadas à internet. Os mecanismos da internet possibilitariam que as práticas e relações sociais passassem a ser mediadas por protocolos que se apóiam nas lógicas midiáticas e mercadológicas.

² A tecnologia associada à questão mercadológica da realidade sensível é o que Sodré (2002) denomina de “médium”.

As tecnologias midiáticas, transformadas em mídias propriamente, são aceitas, agora, tendo um papel importante na mediação simbólica de determinadas relações (tornando-se um elemento indissociável e cultural dessas relações) e deixam de ser pensadas somente pelo seu âmbito funcionalista – de sua função como equipamento. Nas medições possíveis pelas redes da internet, a comunicação acontece por meio de fluxos, os quais se desprendem novos e infinitos significados e sentidos que se configuram no feixe de interseção entre tecnologia, indivíduo e estratégia.

A “midiatização” afeta e modifica a sociedade contemporânea, com base em um quadro de heterogeneidades, conformando um tecido social peculiar que os estudiosos chamam de “sociedade midiaticizada” (VERÓN, 1997, 2001; FAUSTO NETO, 2006; SODRÉ, 2002). Verón (2001, p.15) acredita que “uma sociedade em vias de midiaticização é aquela onde o funcionamento das instituições, das práticas, dos conflitos, das culturas, começa a estruturar-se em relação direta com a existência das mídias”. A lógica e cultura midiática passam a orquestrar o curso da vida em sociedade, a partir de uma temporalidade, espacialidade, estética e ideologia singular.

Conforme Fausto Neto (2006, p. 3), “sociedade midiaticizada” apresenta “sua estrutura e dinâmica calcada na compressão espacial e temporal, que não somente institui, como faz funcionar um novo tipo de real, cuja base das interações sociais não mais se tecem e se estabelecem através de laços sociais, mas de ligações sociotécnicas”. Para ele, diferentemente do que prezavam alguns dos relevantes paradigmas comunicacionais, nos quais a maturação e a convergência das tecnologias abririam caminho para uma organização societal guiada por uma matriz unificadora, de consumo uniforme e gostos similares, as hipóteses da “midiaticização” mostram o surgimento de uma natureza da organização social descontínua, segmentada, incompleta e complexa. O que observamos, hoje, é a configuração de uma série de práticas sociais imprevisíveis, variáveis, aleatórias e originárias de naturezas distintas, materiais e imateriais, mas que são manejadas, principalmente, pela lógica midiática, caracterizando “disjunções entre estruturas de oferta e de apropriação de sentidos” (FAUSTO NETO, 2006, p. 3). Nas palavras do pesquisador,

nestes termos, a sociedade na qual se engendra e se desenvolve a midiaticização é constituída por uma nova natureza sócio-organizacional na medida em que passamos de estágios de linearidades para aqueles de descontinuidades, onde noções de comunicação, associadas a totalidades homogêneas, dão lugar às noções de fragmentos e às noções de heterogeneidades. (FAUSTO NETO, 2006, p. 3)

A estrutura social, política e econômica da “sociedade midiaticizada” é tecida com base em gramáticas que ditam a visibilidade, anunciabilidade e a publicização exacerbada dos atores sociais. A cadência dessa sociedade é regulada pela velocidade com que se desenvolvem as tecnologias. Quando surgem novos mecanismos tecnológicos de informação e comunicação ou novas maneiras de utilizá-los, podemos verificar inúmeras movimentações que acabam por reestruturar o espaço social, pautando-se pelas rotinas sociais e reajustando a cultura vigente.

No contexto da “midiaticização”, Fausto Neto (2006) vê uma explícita afetação dos métodos sociotécnicos, advindos do campo das mídias, sobre as características de práticas e relações originárias de outros campos sociais. Com efeito, essa dinâmica acontece em âmbitos materiais e imateriais, não de modo direcional e nem deterministicamente, mas em um viés transversal e relacional:

A característica de transversalidade tem a ver com o fato de que de que suas operações, além de afetar ao seu próprio campo, afetam também o campo das instituições bem como aqueles dos seus usuários. Tais afetações são relacionais e geram, conseqüentemente, retornos de processos de sentido das construções feitas pelos outros campos, e que se instauram nos modos de funcionamento da midiaticização (FAUSTO NETO, 2006, p. 9).

A “midiaticização” estimula uma espécie de “processo de afetação” em que as tecnologias midiáticas, os meios de comunicação social tradicionais e os atores sociais individuais e coletivos acabam por implicar-se mutuamente e de modo não-linear, diluindo as fronteiras de quem é quem. Assim, as alterações surgidas pelos “processos de midiaticização”, tanto podem afetar e reconfigurar as práticas e relações sociais dos atores individuais e coletivos, como repercutir nos fenômenos recorrentes no próprio campo protagonista da midiaticização – o campo das mídias – pelos meios de comunicação social mais tradicionais.

A “midiaticização” dos campos sociais e seus respectivos atores

No momento em que o intenso desenvolvimento tecnológico consente que as tecnologias midiáticas passem a se movimentar em infinitas direções no espaço social os atores sociais individuais e coletivos, em seus respectivos campos sociais, se apropriam delas. De modo prático, podemos dizer que a popularização da máquina fotográfica

digital, dos artefatos de celular e a possibilidade da criação facilitada (por qualquer pessoa) de sites pelo sistema da internet, por exemplo, permitem que as práticas e relações particulares se processem por meio de tecnologias midiáticas, as quais trazem consigo lógicas e gramáticas originárias do campo midiático.

Para Sodré (2002, p. 21), os arquétipos da internet, principalmente por meio dos mecanismos de interação, registram uma “tendência à ‘virtualização’ ou telerrealização das relações humanas, presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias da comunicação”. Imersos no meio técnico, os processos relacionais e comunicacionais entre atores sociais passam a se dar a partir de fluxos de tempos (não-linear) e espaços que já não estão mais vinculados à idéia da co-presença. As tecnologias midiáticas, por sua vez, deixam de ser observadas como suportes técnicos para a realização da comunicação e passam a ser observadas como mídias propriamente, sendo imprescindíveis para a realização de determinadas relações sociais. Com isso, parece ser cada vez mais tênue a diferença entre as relações que acontecem face a face e as relações mediadas por tecnologias midiáticas.

Jesús Martín-Barbero (2006) vê que a internet, mediante a possibilidade do hipertexto, propõe a “deslocalização” dos saberes que passam das instituições aos indivíduos. Isso modificaria tanto o estatuto cognitivo quanto o instrumental das condições do saber, interferindo nas dinâmicas das relações. Segundo o pesquisador,

o lugar da cultura na sociedade muda quando a mediação tecnológica (J. Echeverría) da comunicação deixa de ser meramente instrumental e para espessar-se, condensar-se e converter-se em estrutural: a tecnologia remete, hoje, não a alguns aparelhos, mas sim, a novos modos de percepção e de linguagem, a novas sensibilidades e inscritas. (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 54)

Ao estudar o esquema da “mídiatização” social, estipulado por Verón (1997), Fausto Neto (2006, p. 11) considera que “[...] as operações de mídiatização afetam largamente práticas institucionais que se valem de suas lógicas e de suas operações para produzir as possibilidades de suas novas formas de reconhecimento nos mercados discursivos”. Desse modo, ao examinar os discursos dos campos sociais (político, educacional, religioso, jurídico, da saúde, dentre outros) na “mídiatização”, Fausto Neto (2007, p. 1) explica que eles

[...] se manifestam através de complexas apropriações de operações midiáticas, redesenhando suas gramáticas e suas estratégias de reconhecimento manifestações complexas de operações de apropriação de características midiáticas, redesenhando suas gramáticas e suas estratégias de reconhecimento.

Nesse esquema nada acontece de forma aleatória ou despretenhiosa, sem planejamento. Determinados campos e atores sociais elaboram, estrategicamente, artifícios para ampliar a absorção das lógicas midiáticas, assumindo a gramática própria das mídias em suas conformações. Ao se apropriarem das lógicas midiáticas (mesmo que não abram mão de suas características específicas), os campos e atores sociais as utilizam para produzir novas estratégias de sobrevivência no “espaço midiaticizado”, com a finalidade de obter visibilidade e ganhar relevância no tecido social.

A “mediatização” dos meios de comunicação social tradicionais

Os meios de comunicação social tradicionais são regulados pelas empresas de comunicação. Segundo Gomes (2004), as empresas de comunicação são, ao mesmo tempo, instituições que exercem um bem público e empresas comerciais que regidas por leis do mercado e da necessidade de lucratividade. “Essas duas dimensões convivem dialeticamente e condicionam-se reciprocamente, fazendo com que seus processos internos sejam extremamente complexos.” (GOMES, 2004, p. 21)

Os “processos de mediatização”, protagonizados pelas tecnologias midiáticas, transformadas em mídias propriamente, passam, também, a afetar a constituição do próprio campo midiático e seus componentes como os meios de comunicação social tradicionais. Uma das mudanças mais visíveis na dinâmica dos meios de comunicação tradicionais seria a ampliação de suas estratégias de interação com os públicos.

Por meio dela, os modelos teóricos clássicos da comunicação – baseada no sistema unidirecional de transmissão de mensagens e de conteúdos (típica dos meios de comunicação institucionalizados e alicerce dos pensamentos funcionalistas) – acabariam sofrendo infinitas mutações, ainda não completamente mensuráveis. Com efeito, a percepção fixa do “emissor” e do “receptor” se complexifica e as funções de alguns atores sociais se tornam mistas – o leitor, o espectador, o radiouvinte ou o internauta pode assumir características de produtor e vice-versa e ambos adquirem o papel de “interagentes”.

De modo prático, a midiatização afeta os meios de comunicação social tradicionais; por exemplo: quando o jornalismo abre espaço em *blogs* para a participação do público (“cidadão repórter”); quando o radialista conversa com o ouvinte por meio de mensagens instantâneas pela internet; quando os programas televisivos passam a utilizar a linguagem da internet em sua estética; quando o telespectador tem a oportunidade de enviar seus próprios vídeos aos telejornais ou programas de auditório; dentre outros casos.

Com a movimentação tanto dos campos e atores sociais ao encontro das tecnologias midiáticas quanto dos meios de comunicação tradicionais ao encontro dos demais campos e atores sociais, observamos a reformulação e a reordenação da essência de determinadas práticas sociais que agora são mergulhadas em novos sentidos. Assim, o campo midiático, por intermédio dos meios de comunicação tradicionais, apresenta novas funções e jurisdição, tornando-se mais flexível, pois permite a participação de outros atores sociais não oriundos de seu perímetro.

Considerações finais

A contemporaneidade é o palco do “processo de midiatização”, o qual emerge, principalmente, como consequência da maturação e do redimensionamento de tecnologias de informação e comunicação e da globalização. A “midiatização” está vinculada à articulação, imbricação e hibridização das tecnologias midiáticas, campos e atores sociais, meios de comunicação social tradicionais e sociedades. Esse processo marca a fase tecnológica e cultural da sociedade atual, a qual é chamada de “sociedade midiatizada”.

Na “sociedade midiatizada”, a cultura do campo midiático e dos demais campos sociais se bifurcam mediante a expansão das tecnologias midiáticas, o que se dá segundo múltiplas, infinitas, descontínua, heterogêneas e complexas formas, intensa e extensamente, objetiva e subjetivamente, formal ou informalmente, na sistemática do tecido social. Com efeito, os atores sociais acabam reconfigurando seu modo de estar no mundo e são condicionados a uma nova experiência; a uma nova forma de existência social; a novos vínculos; a novos modos de agir, acolher significados e produzir sentidos; a novas estruturas para perceber e pensar o real; a novos mecanismos de tomadas de decisão; e a novos meios de interagir e de comunicar que só têm validade na jurisdição da “sociedade midiatizada”. Isso tudo repercute na construção dos sentidos socialmente compartilhados, produz novas acepções à cultura, aos hábitos, às condutas sociais, aos códigos, aos valores, às sensibilidades, inaugurando padrões identitários e interferindo densamente nos desenhos das sociabilidades já instituídas.

O estudo da “mídiação” supera questões que se limitavam às dimensões instrumentais dos meios de comunicação e seus processos de emissão, recepção, mensagem e realimentação (*feedback*). A “mídiação”, como fenômeno relacionado aos processos de comunicação, só é perceptível se for vista sob vários ângulos, os quais envolvam elementos relacionados à tecnologia, aos indivíduos e às estratégias, ou seja, é nos planos de intersecção dos elementos que compõem a “mídiação” que ela é diagnosticada. Em outras palavras, pensamos que a tecnologia midiática deve ser observada a partir de suas incursões nas relações entre atores sociais, bem como a repercussão disso no campo midiático, tanto em ordem relacional quanto em ordem transversal.

Por fim, vale lembrar que, por fatores ideológicos e econômicos que regulam a distribuição e organização das tecnologias midiáticas nas sociedades, hoje podemos observar lugares que não são atingidos pelos “processos de mídiação”. Esses locais, por sua vez, não desenvolvem a cognição necessária para interpretar e absorver qualquer discurso, conteúdo ou mensagem que, em sua construção, possua lógicas midiáticas, seja explícita ou implicitamente. Assim, por mais que pareça uma tendência a presença da “mídiação”, ela ainda não contempla toda a topografia do espaço social contemporâneo e, conseqüentemente, as novas formas de comunicação e de sociabilidade, produzidas na “sociedade midiática”, não excluem as anteriores; elas coexistem.

Referências

- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Dênis de (Org.). *A sociedade midiática*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- FAUSTO NETO, Antonio. Mídiação, prática social: prática de sentido. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (COMPÓS), 15, 2006, Bauru/SP. *Anais eletrônicos*. CD- ROM.
- FAUSTO NETO, Antonio. Enunciação, auto-referencialidade e incompletude. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, n. 34, dez. 2007.
- GOMES, Pedro Gilberto. Processos midiáticos como objeto de estudo. In: _____. *Tópicos teoria de comunicação*. São Leopoldo/RS: Unisinos, 2004.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Atlas, 2006.
- SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediación. *Revista Diálogos de la Comunicación*, Lima, 1997.
- VERÓN, Eliseo. El living y sus dobles: arquitecturas de la pantalla chica. In: _____. *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Editorial Norma, 2001.